

NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIOS: CHICHA JOSEFINA

MUNICIPIO: SAN JOSÉ DE CÚCUTA

DEPARTAMENTO: NORTE DE SANTANDER

PAÍS: REPÚBLICA DE COLOMBIA

EMPRENDEDOR LIDER: FÉLIX HELÍ CONTRERAS MARTÍNEZ

Dirección: Avenida 0 paralela a la Autopista al río Zulia, esquina de calle 2 Nro. K202-4, barrio Chapinero de la ciudadela de Juan Atalaya, Código Postal: 540011

Blogweb: chichajosefina.blogspot.com

Correo Electrónico: chichajosefina@gmail.com

Celular del emprendedor-líder: +57 312 3598024

ASESOR: Instructor Pablo José Daza Parada, celular: 311-4720404

Correo Electrónico: pablodaza@misena.edu.co

HOJA MERCADOS | PESTAÑA: INVESTIGACION DE MERCADOS

DEFINICION DE OBJETIVOS

Siguiendo la pauta o guía suministrada por el Fondo Emprender al líder y autor que materializa esta idea, quien propone un modelo de negocio que es innovador, productivo y proyecta rentabilidad; generador de empleo, bienestar y felicidad para la población y público objetivo; al emprendedor-líder para definir los objetivos y lograr con ellos el desarrollo positivo de su proyecto CHICHA JOSEFINA, considerando aspectos sociales, económicos, ambientales y otros relacionados que darán valor agregado al producto CHICHA JOSEFINA; es propio cumplir a cabalidad con las exigencias y cumplimiento de requisitos para acceder a calificar la propuesta como viable y factible de financiación, formulando este plan de negocios que desencadenará dada su prioridad y deseos de cambio cultural y construcción de una economía propia y autosuficiente en esta ciudad de Cúcuta, que se prepara aceleradamente hacia su independencia y fortalecimiento socio-económico -ante la crisis que desencadenó la deportación de colombianos desde Venezuela y el retorno voluntario de miles de connacionales-; lo inmediato es conseguir los recursos necesarios para poner en marcha esta actividad empresarial que contribuirá sin vuelta atrás a la prosperidad y más progreso: ¡Vamos todos por un nuevo país con paz, equidad y educación!

Objetivo General

• Elaborar y comercializar chicha criolla no fermentada a base de crema de arroz con leche entera y vainilla en el barrio Chapinero de la ciudad de Cúcuta y barrios circunvecinos, a corto plazo. En efecto, desarrollar el proyecto de emprendimiento e innovación 'CHICHA JOSEFINA' estableciendo un punto de fábrica, comercialización y distribución en el barrio Chapinero de la ciudadela de Juan Atalaya, San José de Cúcuta, Norte de Santander, República de Colombia, haciendo énfasis en lo social, económico, ambiental y agroalimentario.

Objetivos Específicos

• Ofrecer un producto estrella innovador a base de arroz (crema de arroz enriquecida con vitaminas) en el mercado para beneficio del consumidor.
• Mejorar la calidad de vida del emprendedor y su grupo familiar.
• Generar seis (6) empleos directos y varios indirectos
• Crear una organización empresarial familiar que beneficie al líder emprendedor y a su núcleo endógeno familiar.
• Ofrecer diferentes tipos de chicha criolla no fermentada y fermentada a los habitantes del sector y sus alrededores, donde se prevé funcionará la razón social CHICHA JOSEFINA.

• Contribuir al desarrollo de la ciudadela Juan Atalaya y por ende de la ciudad de Cúcuta, en emprendimiento innovador y productivo, en el sector agroindustrial.
• Poner en práctica los conocimientos adquiridos en la formación del CEDRUM-SENA mediante la creación de una empresa chichera cucuteña que contribuirá al desarrollo socioeconómico sustentable de la región fronteriza nortesantandereana.
• Producir el producto CHICHA JOSEFINA, como una bebida nutritiva y refrescante especialmente deliciosa, no fermentada, a base de arroz (crema de arroz enriquecida con vitaminas) para todo público, especialmente proyectada al consumo por parte de niños, amas de casa, estudiantes, y tercera edad.
• Elaborar un programa de publicidad sonoro-musical para dar a conocer el producto, fomentando la cultura de consumir bebidas nutritivas y de agradable sabor y de estilo único y sin igual, con la imagen (símbolo) “Hecho en Cúcuta-Colombia”, por emprendedores e innovadores colombianos, y materia prima e insumos colombianos apoyando así a la industria nacional nuestra.
• Comercializar el producto CHICHA JOSEFINA, inicialmente, en tiendas, supermercados e instituciones educativas del barrio Chapinero e ir extendiendo su radio de acción hacia las diferentes comunidades (barrios) que hacen parte de la gran ciudadela de Juan Atalaya, y así sucesivamente hasta cubrir el mercado cucuteño incluidos los municipios de la zona metropolitana de Cúcuta y su área de influencia.
• Fomentar el emprendimiento e innovación con la producción del divulgativo impreso y digital CHICHA JOSEFINA que motive y estimule a la población a aprender conocimientos relacionados con una unidad productiva o idea de negocio para su desarrollo integral, personal y familiar, apoyándose en la formación que ofrece el Centro de Formación para el Desarrollo Rural y Minero – CEDRUM y el SENA REGIONAL NORTE DE SANTANDER; asimismo a crear microempresas familiares.
• Vincular en la venta del producto CHICHA JOSEFINA a cada una de las personas responsables (empleo indirecto) de los negocios (tiendas, supermercados y mercados) a fin que contribuyan en lo económico en los gastos familiares, ofreciéndoles una ganancia por la venta y consumo del producto CHICHA JOSEFINA
• Desarrollar campañas medioambientales en las comunidades donde se venda el producto CHICHA JOSEFINA, con el apoyo de las Empresas Prestadoras de Servicios Públicos, el comercio e instituciones del orden local, nacional e internacional.
• Fomentar la cultura y el deporte, realizando eventualmente actividades relacionadas en la que participen niños, jóvenes, amas de casa, madres y padres cabeza de familia, adultos mayores, y cualquier persona que voluntariamente desee vincularse, en pro de su bienestar y felicidad.
• Divulgar los planes, programas y proyectos CHICHA JOSEFINA, haciendo extensiva la información para que se convierta en conocimiento, a través de los medios de comunicación social: prensa, radio, televisión, cine e internet y medios móviles audiovisuales y programas comunitarios (bailoterapias, teatro, bazares, partidos de fútbol, otros relacionados) sobre la importancia de consumir productos nutritivos y saludables y en especial recomendar al producto CHICHA JOSEFINA como agente difusor y comprometido con la responsabilidad social empresarial

(RSE) y recalcar que es “Hecho en Cúcuta-Colombia” por talento, mano de obra, y emprendedores formados en el CECRUM-SENA..

JUSTIFICACION Y ANTECEDENTES DEL PROYECTO

Justificación

El desarrollo del proyecto CHICHA JOSEFINA, teniendo en cuenta su repercusión en lo social, económico y ambiental, entre otros aspectos significativos, se justifica porque centenares de colombianos que realizaban la compra de productos lácteos en las poblaciones de Ureña y San Antonio del estado Táchira, en el suroeste de Venezuela, -entre ellos la chicha criolla de cartón-, ahora, ante el imprevisto cierre de frontera y el control drástico al contrabando de extracción desde Venezuela, obliga a que asiduos compradores y consumidores tengan en esta ciudad capital un aliciente, una prerrogativa, de contar con el producto CHICHA JOSEFINA, cuya fórmula reemplazaría la tradicional bebida en dicho país y llenaría ese espacio en Cúcuta y su área metropolitana, con la elaboración y comercialización de la nueva, innovadora y tradicional bebida que nace en Colombia para orgullo de cucuteños, nortesantandereanos y colombianos que sienten y deleitan su paladar y anhelan continuar consumiendo chicha criolla de arroz con leche entera y sabor a vainilla, pero ahora hecha en Chapinero de Cúcuta, con fórmula original de su autor colombo-venezolano, FÉLIX HELÍ CONTRERAS MARTÍNEZ, quien aspira aplicar al Fondo Emprender para el desarrollo y puesta en marcha de su proyecto CHICHA JOSEFINA, con materia prima, mano de obra y consumidores colombianos. No obstante, por tratarse de un nuevo producto a lo colombiano pero con fórmula original venezolana, de gran aceptación y consumo diario por quienes han tenido la suerte y se han acostumbrado a su consumo, habría la necesidad de invertir en publicidad por todos los medios de comunicación e inclusive con degustaciones y promociones a gran escala para crear la cultura del consumo de CHICHA JOSEFINA NO FERMENTADA en esta capital. Lo más relevante es que CHICHA JOSEFINA, con su sabor original y calidad sin fronteras irradia confianza y sentido de pertenencia, lo que haría que la Cúcuta autosuficiente que camina hacia una economía propia se fortalezca y sienta que llegó la hora de tomar CHICHA JOSEFINA no fermentada con el sabor que a todos gusta y a todos deleita, alimenta y refresca. ¡Qué venga el sabor CHICHA JOSEFINA, que a cualquiera hora de noche y día, la ciudadanía de Chapinero y Cúcuta, goza ahora y siempre de muy buena compañía!

Antecedentes

El proyecto CHICHA JOSEFINA tiene como antecedes válidos el hecho de haberse producido, comercializado y vendido un producto de similares características, como una bebida nutritiva, alimenticia y refrescante en varios lugares de Venezuela, especialmente en la ciudad de Valencia, sector Santa Rosa, donde por más de veinte años, niños, jóvenes, adultos, estudiantes y trabajadores, hombres y mujeres con capacidad de compra, quienes al degustar su sabor se quedaron para siempre con CHICHA JOSEFINA, que se anunció con

música y propio comercial, y llegó inclusive a varios estados, como Barinas, Mérida y Táchira. Además, haber sido conocido el producto CHICHA JOSEFINA a través de la televisión por intermedio de Radio Caracas Televisión (TCTV) en su programa Venezuela en Positivo, en la Televisora Regional del Táchira, TRT, en su programa informativo bajo la dirección de la periodista Aleida Carrillo, y por varias ocasiones el carrito CHICHA JOSEFINA, estuvo en los estudios de TRT en varios programas de Alternativa Vertical.

Dada la excelente acogida y el buen nombre del producto CHICHA JOSEFINA en Venezuela, y el haber tenido la oportunidad de compartir con miles de clientes, esta bebida tradicional, no quedó otra alternativa, que traer a Cúcuta, esta idea de negocio con una gran visión emprendedora e innovadora, y con la misión de posicionarla en el barrio Chapinero de Cúcuta y sus adyacencias, previendo que ello será posible en tanto se cumplan los requisitos mínimos exigidos para aplicar al Fondo Emprender de Colombia y obtener la financiación correspondiente.

Análisis del sector

Si bien la historia y el mantenerse el producto CHICHA JOSEFINA en el mercado venezolano por más de veinte años, cuando había garantías para su desarrollo y fomento, producción, comercialización y venta, e inclusive registro de la marca CHICHA JOSEFINA como propiedad industrial en Venezuela, sirvió como referente, para hoy una vez obtenida la certificación otorgada por el CEDRUM-SENA en Cúcuta-Colombia, como requisito esencial para aplicar al Fondo Emprender creado por el Gobierno Nacional para financiar esta iniciativa empresarial que lidera el emprendedor beneficiario del Programa Jóvenes Rurales del SENA, FÉLIX HELÍ CONTRERAS MARTÍNE, aunado al hecho cierto de ser colombiano titular de la cédula de la ciudadanía vigente 19.137.236, se pueda beneficiar este proyecto único en Cúcuta, que evoluciona para poder producir, comercializar y distribuir la mejor chicha criolla no fermentada a base de arroz (crema de arroz, fortalecida con vitaminas), -sabor a vainilla- con materia prima y mano de obra colombiana, sirve además como justificación para que este negocio sea próspero en Colombia y por tal razón se desarrolla este plan que también hará historia en nuestro país.

Desarrollo tecnológico e industrial del sector

Una de las características que identifica y permite el desarrollo tecnológico e impulso del sector agroindustrial, es precisamente el que un plan de negocio innovador como el de CHICHA JOSEFINA, se establezca en la ahora nueva Cúcuta que se prepara a la independencia económica y autosuficiencia, ante la coyuntura de recesión que provocó la deportación de colombianos desde Venezuela y retorno voluntario de miles de connacionales. Ello es ápice para que el desarrollo social, económico y productivo de nuestra región y especialmente de Cúcuta, se active desde el barrio Chapinero de la gran ciudadela de Juan Atalaya, donde hay gente que necesita reforzar su dieta diaria con una bebida nutritiva y de

excepcional calidad que alimentará a grandes y chicos que lleguen al mundo del sabor CHICHA JOSEFINA. Además que será oportuno contribuir al desarrollo tecnológico y agroindustrial de esta zona de frontera que por años dependía de la economía del país hermano.

Cadena productiva

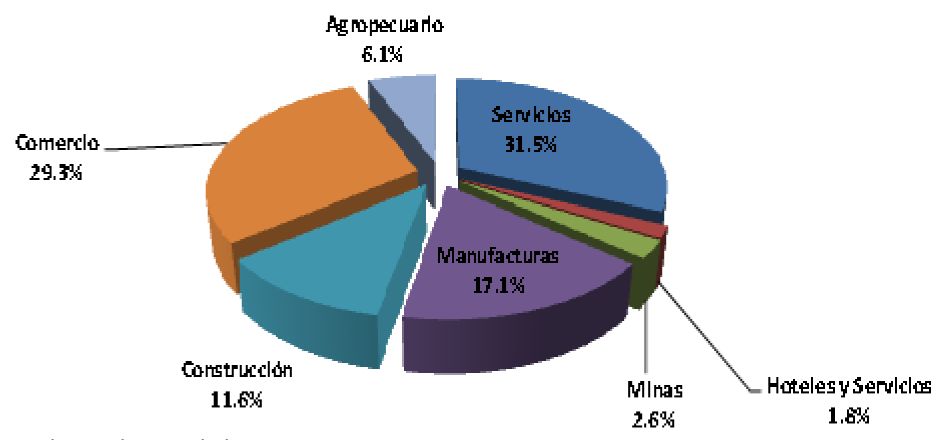
Cúcuta necesita y amerita en este momento crucial, cuando su economía se encuentra lastimada, por la crisis fronteriza que se desató el pasado 19 de agosto del año 2015, con la llegada de connacionales a esta capital de manera forzada y voluntaria procedentes de Venezuela; que se piense seria y racionalmente y se cree una cadena productiva fuerte, sostenible y sustentable, que permita sacar a flote la ciudad capital del Departamento Norte de Santander ubicada en el nororiente de Colombia, con una cadena productiva que fortalezca la economía en los diferentes rubros y sectores económicos. Por tanto, se hace impostergable realizar un conjunto de operaciones necesarias para llevar a cabo la producción de bienes y servicios, pero de forma planificada, que conlleve a un cambio estructural del aparato productivo nuestro en todos sus órdenes. Así, se debe interpretar en que es hora que el Gobierno nacional, departamental y municipal, unan esfuerzos y recursos para que esta ciudad postrada por años a economías extranjeras, salga adelante con una cadena productiva de valor, que incluya a los emprendedores del CEDRUM-SENA que aspiran accionar y obtener mejores ingresos para el sustento personal y de sus familias y por ende el fortalecimiento de la economía regional, pero se reitera, en cadenas productivas de gran envergadura que produzca los cambios esperados en una economía independiente y autosuficiente que atraiga la inversión especialmente de los colombianos radicados en el exterior .

Comportamiento del sector

El comportamiento del sector agroindustrial del que hace parte el proyecto CHICHA JOSEFINA, debe entenderse como la manera como debe funcionar la actividad económica que comprende la producción, industrialización y comercialización de productos agropecuarios, entre otros; pero particularmente dirigida a la rama de industrias alimentarias; es decir, a la transformación de los productos agropecuarios en idóneos para el consumo alimenticio humano, teniendo en cuenta la calidad total en los diferentes procesos de selección de materias primas, embalaje-empaque y almacenamiento de la producción dispuesta para su comercialización.

"Es un propósito para el año 2012, integrar las necesidades regionales de emprendimiento en las Comisiones Regionales de Competitividad a través de las Redes Regionales de Emprendimiento y proponer para el caso del Fondo Emprender, realizar una reforma ampliando la población objetivo y los montos máximos de cofinanciación de los proyectos, con el fin de financiar emprendimientos por oportunidad". (Informe de gestión, Cámara de Comercio de Cúcuta, año 2011).

"Para el año 2011, el sector agropecuario y de comercio registraron pérdida neta por $799 y $1.456 millones de pesos, debido principalmente a la fuerte ola invernal que ha sufrido el país en los últimos dos años y la caída de las exportaciones a Venezuela". (Informe Regional Cúcuta 2012 www.supersociedades.gov.co).



El 31.5% de las empresas que reportaron información a 31 de diciembre de 2011 corresponden al sector servicios, el 29.3% a comercio, el 17.1% a manufacturas, el 11.6% a construcción y el 6.1% al agropecuario. (Informe del comportamiento del sector real de la economía 2012 www.supersociedades.gov.co).

Según Alberto Santaella Ayala, presidente de la Cámara de Comercio de Cúcuta, la economía del departamento Norte de Santander está pasando en estos momentos por una coyuntura especial, que a la vez que presenta dificultades, plantea retos interesantes para el desarrollo de la región. Interroga ElTiempo.com: ¿Qué proyectos específicos se están promoviendo? Actualmente se está trabajando en varios frentes, para aprovechar los recursos del departamento. Por ejemplo, en materia industrial, se están proyectando empresas para fabricar productos de gres, especialmente refractarios, pisos, cerámica, tejas y enchapes. También se está estudiando la factibilidad de establecer una gran industria para transformar hierro y acero. Aprovechando la riqueza mineral del departamento, está en camino un estudio para establecer una fábrica de fertilizantes. En materia agroindustrial, se está promoviendo la reactivación de Agrozulia, un proyecto para cultivar 10.000 hectáreas de caña para ser procesada en una central azucarera. Este proyecto generaría unos 7.000 empleos directos y por lo menos 15.000 indirectos. (CÚCUTA LE APUESTA AL SECTOR INDUSTRIAL. Las constantes fluctuaciones en las economías de Colombia y Venezuela ya no asustan a los empresarios de Norte de Santander. Por: NULLVALUE, Cúcuta, 18 de marzo de 1996).

ANÁLISIS DEL MERCADO

El realizar un análisis o estudio de mercado del producto CHICHA JOSEFINA, conlleva conocer los siguientes aspectos: la estructura actual del mercado, mercado objetivo, justificación del mercado objetivo, estimación del mercado potencial, demanda, proyección de la demanda, oferta, consumo aparente, consumo per cápita, magnitud de la necesidad, estimación del segmento, perfil del consumidor o cliente, exportaciones e importaciones de los productos, productos sustitutos y productos complementarios.

ANALISIS DE LA COMPETENCIA

Si efectuamos un análisis de la competencia, teniendo en cuenta que lo que se busca o mejor a lo que se aspira es el logro de una meta y el cumplimiento de unos objetivos; para el caso del proyecto CHICHA JOSEFINA, según las orientaciones y exigencias del Fondo Emprender, debe considerarse: la identificación de principales participantes y competidores potenciales, un análisis de empresas competidoras, una relación de agremiaciones existentes, un análisis del costo del producto frente a la competencia, un análisis de productos sustitutos, análisis de precios de venta de mi producto y de la competencia, imagen de la competencia ante los clientes, segmento al cual está dirigida la competencia, y posición del producto frente a la competencia.

PESTAÑA: ESTRATEGIA DE MERCADO | CONCEPTO DEL PRODUCTO 'CHICHA JOSEFINA'

En cuanto a la descripción básica, hay que considerar la denominación del producto, su presentación y empaque, los canales de distribución y el transporte, por sugerencia del Fondo Emprender, si se quiere aplicar sin objeciones y reparos con la propuesta o plan de negocio que se formula. Aunado a ello, hay que establecer las fortalezas y debilidades del producto CHICHA JOSEFINA frente a la competencia

A continuación, se presenta una serie de acciones muy bien estudiadas y analizadas, encausadas hacia el fin por el que se hace este informe final del Plan de Negocios CHICHA JOSEFINA:

ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

En cuanto a las estrategias de distribución del producto CHICHA JOSEFINA, también se exige: especificar las alternativas de penetración, alternativas de comercialización, distribución física nacional o internacional, estrategias de ventas, presupuesto de distribución, tácticas relacionadas con distribución, canal de distribución a utilizar, y finalmente, estrategias de comercialización.

.

ESTRATEGIA DE PRECIO

Frente a la estrategia del precio del producto CHICHA JOSEFINA, es necesario presentar un análisis competitivo de precios, precio de lanzamiento, punto de equilibrio, condiciones de pago, seguros necesarios, impuestos a las ventas, costo de transporte, riesgo cambiario, preferencias arancelarias, tácticas relacionadas con precios, posible variación de precios para resistir guerra de precios. Asimismo, explicar la manera mediante la cual se definió el precio del producto.

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Las estrategias de promoción son importantes, por cuanto con ellas se permite explicar o describir la estrategia de Promoción dirigida a clientes y canales (descuentos por volúmenes o por pronto pago), manejo de clientes especiales; conceptos especiales que se usan para motivar la venta, cubrimiento geográfico inicial y expansión; presupuesto de promoción, Costo estimado de promoción lanzamiento y publicidad del negocio. Precio de lanzamiento y comportamiento esperado del precio (tasa de crecimiento)

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Otra acción no menos importante, es la estrategia de comunicación, que debe entenderse como aquella que responde a la difusión de conocimiento del producto CHICHA JOSEFINA y este caso, al cambio de mentalidad y entendimiento, que la chicha en Colombia es fermentada y la fórmula que identifica y caracteriza a la CHICHA JOSEFINA, es una bebida natural no fermentada a base de arroz, con leche entera y sabor a vainilla. para la que se Explique la estrategia de difusión de su producto ó servicio; explique las razones para la utilización de medios y tácticas relacionadas con comunicaciones. Relacione y justifique los costos.

AQUÍ VOY…

ESTRATEGIAS DE SERVICIO

Relacione los procedimientos para otorgar Garantías y Servicio Postventa; mecanismos de atención a clientes (servicio de instalación, servicio a domicilio, otros), formas de pago de la garantía ofrecida, comparación de políticas de servicio con los de la competencia.

PRESUPUESTO DE MEZCLA DE MERCADEO

Cuantifique y justifique los costos en que se incurre en las estrategias de mercadeo antes relacionadas (Producto, Precio, Plaza, Promoción)

ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO

Describa la forma de aprovisionamiento, precios de adquisición, políticas crediticias de los proveedores, descuentos por pronto pago ó por volumen, en

caso afirmativo establecer las cuantías, volúmenes y/o porcentajes etc. Definir si los proveedores otorgan crédito, Establezca los plazos que se tiene para efectuar los pagos

PESTAÑA: PROYECCIONES DE VENTAS

PROYECION DE VENTAS

Ver formato Excel 0

POLÍTICA DE CARTERA

Defina cantidades de ventas por periodo (mensualmente, trimestralmente, o semestralmente, el primer año y los totales por año, para el periodo de evaluación del negocio (este periodo es variable acorde con la naturaleza del negocio), teniendo en cuenta las demandas estacionales en caso de presentarse, así como los aumentos. Determine los ingresos (en $) de acuerdo a la estrategia de precio y a la proyección de unidades vendidas. Cada producto debe tener asociado la posición arancelaria de Importación/Exportación. La proyección de ventas debe ser producto de un análisis en el que se haya utilizado un método de proyección como los relacionados en la caja de selección que ofrece el sistema. Explique cual es la fuente de los datos históricos y las razones por las que se utilizó el método seleccionado. Defina si dadas las condiciones del mercado se requiere otorgar crédito a los clientes. En caso afirmativo establecer los plazos de la cartera y los porcentajes respecto del valor de la venta.

Ver formato Excel 1
Ver formato Excel 2

HOJA: OPERACIÓN

PESTAÑA: OPERACION

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO

Describa las características técnicas del producto o servicio a desarrollar: capacidad, cualidades, diseño, tamaño, tecnología, características fisicoquímicas, condiciones climáticas, factores ambientales, características de empaque y embalaje, almacenaje, etc.

ESTADO DE DESARROLLO

Describa del estado del arte del bien o servicio ó el avance que se tiene del nuevo bien o servicio a desarrollar

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Relacione y Describa en forma secuencial cada una de las actividades y procedimientos que forman parte del flujo del proceso de producción de su producto ó servicio. En caso de subcontratación describir el proceso que es responsabilidad de la empresa (hacer diagrama de flujo de proceso, e insertarlo como archivo adjunto)

NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Relacione las materias primas e insumos requeridos en el proceso de producción de su producto por cada unidad de producto y por período de producción; Tecnología requerida: descripción de equipos y máquinas; capacidad instalada requerida; mantenimiento necesario; Situación tecnológica de la empresa: necesidades técnicas y tecnológicas; Mano de obra operativa especializada requerida. Cuantificación del PRESUPUESTO requerido para el cubrimiento de las necesidades y requerimientos.

Materia Prima
Insumos
Equipos y máquinas
Balance de materia
Control de calidad
Higiene, seguridad y sanidad en planta
Condiciones higiénicas del personal
Capacidad instalada
Mantenimiento necesario
Situación tecnológica de la empresa
Localización
Ubicación de la empresa

PLAN DE PRODUCCIÓN

Tomando como referencia el plan de ventas, establezca las cantidades a producir por período, teniendo en cuenta las políticas de inventario de acuerdo con la naturaleza del negocio. Programa de producción (cuantifique la producción de unidades de producto por periodo de tiempo; por Ej. Cajas de tomate por /mes, numero de almuerzo producidos y vendidos por mes, Etc.), presente el incremento de la producción en el tiempo por Ej. primer mes = 0 cajas de 50 unidades,.......quinto mes = 300 cajas de 50 unidades, ...sexto mes = 400 cajas de 50 unidades, ... mes n = 1000 cajas de 50 unidades

PESTAÑA: PLAN DE COMPRAS

CONSUMOS POR UNIDAD DE PRODUCTO

Basado en el Plan de Producción, identifique, describa y justifique la cantidad de cada insumo que se requiere para producir una unidad de producto, registrando la información requerida por el sistema.

Ver hoja Excel 3

PESTAÑA: COSTOS DE PRODUCCION

Costos de producción

Relacione el Costo de las materias primas (definiendo precio por unidad de medida), precios actuales, y comportamiento esperado y/o tendencias, Costo de los insumos (definiendo precio por unidad de medida). Costo de transporte de productos terminados. $/por unidad de medida. Costos de los materiales de empaque. Costo de mantenimiento de la maquinaria y equipo (por año). Costo de mantenimiento de instalaciones. En los casos que sea necesario establecer costo de repuestos. En los casos que se requiera, establecer el costo del arrendamiento de instalaciones de maquinaria y equipo, ó de lotes o terrenos. Requerimiento de mano de obra directa por periodo (Ej.: por semana, por mes, etc.). Costo de mano de obra directa por periodo en horario normal. En los casos que se requiera, establecer si existe estacionalidad en el requerimiento de mano de obra para la operación del negocio. Costos adicionales de mano de obra directa por concepto de labores que se deben desarrollar en horas extras. Costo por periodo de mano de obra indirecta. Costo estimado de los servicios públicos para el componente de producción. Costos estimados de mantenimiento y repuestos para el componente productivo del negocio.

Ver hoja excel 4,5,6

PESTAÑA: INFRAESTRUCTURA

Ver hoja excel 7

INFRAESTRUCTURA

Relaciones las máquinas a adquirir indicando la función de cada una de ellas en la producción ó servicio, relacione el mobiliario y las herramientas a utilizar en su proceso productivo, indicando el costo unitario de adquisición de cada maquina, herramienta y mobiliario. Costo de construcción y/o remodelación de las instalaciones requeridas. Requerimiento de equipos, muebles e instalaciones para la parte administrativa y de gestión comercial. Establezca si estas forman parte de las inversiones fijas o se adquieren por el sistema de arrendamiento

PARÁMETROS TÉCNICOS ESPECIALES

Para los negocios del sector agropecuario, entre otros, defina los parámetros técnicos como: Niveles de conversión alimenticia, tasas de mortalidad, tasas de natalidad, tasas de morbilidad, carga animal, Toneladas por /ha, densidad de plantas por /ha, etc.

HOJA : ORGANIZACIÓN

PESTAÑA: ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

ANALISIS DOFA

El análisis debe contener la relación de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas que se identifican en el producto. Esa relación debe complementarse obligatoriamente con una descripción del impacto estimado para cada una de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas registradas. Adicionalmente, frente al impacto identificado, se debe describir la estrategia a seguir para mitigar o controlar los impactos negativos y conservar o sostener los impactos positivos.

ORGANISMOS DE APOYO

Identifique y relacione las entidades tanto privadas como oficiales que vienen apoyando el proceso. Descripción del apoyo en la fase de definición del negocio, en la implementación del mismo. Describa el apoyo previsto para la etapa de operación del negocio.

PESTAÑA: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Describa la estructura organizacional incluyendo los niveles directivo, administrativo y operativo. Igualmente la conformación de la Junta Directiva, incluyendo la participación de cada uno de los miembros. Relacione los cargos previstos y el número de empleados por cada cargo.

PESTAÑA: ASPECTOS LEGALES

CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES

Especifique el Tipo de sociedad que conformaría, cual es su estado legal actual; Legislación vigente (normas urbana, ambiental, laboral y protección social, registros, tributaria, protección intelectual y ambiental) que regule la actividad económica, la comercialización de los Productos ó Servicios, Normas o Política de distribución de utilidades.

Aspectos legales para la constitución de una empresa
Requisitos Comerciales:
Reunir los socios para constituir la empresa.
Verificar en la página www.rue.com.co en la opción homonimia que no exista un nombre o razón social igual al que se le va dar a la empresa a crear.
Elaborar la escritura publica de constitución comercial
Obtener la Escritura Pública Autenticada en la notaria; matricular la Sociedad en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio; registrar los libros de contabilidad en la Cámara de Comercio, Diario Mayor y Balances, Inventarios, Actas.
Requisitos de Funcionamiento:
Obtener el Registro de Industria y Comercio.
Tramitar el Permiso de uso de suelos en Planeación Municipal, de la jurisdicción

donde funcionará el establecimiento.
Requisitos de Seguridad Laboral: Inscribir a los trabajadores en la EPS y Fondo de Pensiones, Inscribir la empresa en el ICBF, SENA y Caja de Compensación Familiar, Inscribir a los trabajadores a una A.R.P.
Requisitos Tributarios: Son tramitados en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales; DIAN.
Solicitar el Formulario de Registro Único Tributario (RUT), presentando el certificado mercantil y el documento de identidad del representante legal.
Requisitos sanitarios: En la Secretaria de Salud se tramita el concepto de las condiciones sanitarias del establecimiento, para esto una vez la empresa inicie sus labores debe solicitar la inspección sanitaria del establecimiento. Para el caso del registro sanitario, este es otorgado directamente por el INVIMA.

Conformación de la empresa

Razón social
Logo

PESTAÑA: COSTOS ADMINISTRATIVOS

GASTOS DE PERSONAL

Registre los pagos estimados por concepto de salarios (sueldo, prestaciones sociales, subsidios, parafiscales), pagos al destajo o jornales, honorarios a cancelar, una vez empiece a operar la empresa, identificando mensualmente los valores por cargo durante el primer año. Igualmente, registre los gastos o costos por concepto de dotaciones, uniformes.

Ver hoja excel 8

GASTOS DE PUESTA EN MARCHA

Relacione y Cuantifique los gastos por concepto de arranque y puesta en operación de la empresa, tales como registros, certificados, permisos, licencias, estudios, etc.

Ver hoja excel 9

GASTOS ANUALES DE ADMINISTRACIÓN

Registre los gastos administrativos estimados, valorizados en forma anual, como servicios públicos.

Ver hoja excel 10

HOJA: FINANZAS

PESTAÑA: INGRESOS

FUENTES DE FINANCIACIÓN

Especifique la cuantía de los aportes de los emprendedores, especificando sí se trata de recursos en efectivo o aportes en bienes y servicios, estableciendo si los recursos se aplican a la etapa de implementación o a la etapa de operación del negocio. Si se tiene previsto incorporar recursos de crédito al negocio, se requiere contar con la información básica del crédito: cuantía, destinación de los recursos (para inversiones fijas, para capital de trabajo, etc), plazo, forma de pago, tasa de interés etc.
Igualmente, se hace necesario definir la Tasa de rentabilidad, efectiva anual, a la cual aspiran los emprendedores del negocio.

Ver hoja excel 11, 12

FORMATOS FINANCIEROS

Baje y diligencie los archivos de Balance inicial y proyectado, Estado de Resultados y Flujo de Caja. Tenga en cuenta que los periodos de proyección (para n años) deberán estar en función de la naturaleza del negocio, no obstante en ningún caso n podrá ser inferior a 2, una vez diligenciados los formatos utilice la opción que el sistema ofrece para subirlos.

Ver excel formatosfondoemprender

PESTAÑA: EGRESOS

EGRESOS

Ingrese la siguiente información: Índice de Actualización monetaria, que representa la tasa anual de crecimiento esperada de los egresos, Inversiones Fijas y Diferidas a efectuar. También deberá ingresar en el respectivo cuadros los Costos de Puesta en Marcha.

Ver hoja excel 16, 17

PESTAÑA: CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO

Son los recursos que el emprendedor necesita para financiar la operación del negocio, suficientes hasta el momento de recuperar las ventas, como: adquisición de materia prima, adquisición de insumos, pago de mano de obra, costos de transportes, compra de materiales de empaque, arrendamientos, servicios públicos, etc (costos operacionales).

Ver hoja excel 18

HOJA: PLAN OPERATIVO

PESTAÑA: PLAN OPERATIVO

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Es la herramienta que permite registrar las actividades, recursos y tiempos en el cual se desarrollará el plan de negocio, a través de esta herramienta se podrá hacer seguimiento a los avances, utilización de los recursos y gestión, con el fin de observar en forma clara la realización del proyecto. Para cada actividad registre las metas a lograr y los requerimientos de recursos por período.

Ver hoja excel 21

PESTAÑA : METAS SOCIALES

METAS SOCIALES DEL PLAN DE NEGOCIOS

Especifique cuales son las metas sociales a lograr con la puesta en marcha del plan de negocio

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO

Especifique como se enmarca el proyecto presentado en los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo (digitar obligatoriamente)

PLAN REGIONAL DE DESARROLLO

Especifique como se enmarca el proyecto presentado en los objetivos del Plan Regional de Desarrollo, (digitar obligatoriamente)

CLUSTER O CADENA PRODUCTIVA

Indique a que cluster o cadena productiva se asocia el proyecto propuesto, identificando en que fase de la cadena se integra digitar obligatoriamente

EMPLEO

Para cada empleo directo a generar, deberá seleccionar el mes a partir del cual empezará a pagar el salario registrado, adicionalmente, debe seleccionar para cada uno de ellos que características de "población Vulnerable" cumple, si es el caso.

Ver hoja excel 19

EMPRENDEDORES

Ingresar en los campos de beneficiario con la opción si/no, igualmente debe ingresar el porcentaje de la participación accionaría para cada uno.

Ver hoja excel 20

HOJA: IMPACTO

IMPACTO ECONÓMICO, REGIONAL, SOCIAL Y AMBIENTAL

Describa los aspectos de su Plan de Negocio que según su criterio generarían impacto Económico, Social y Ambiental cuantificando los resultados del impacto por ejemplo en generación de empleo directo en las diferentes fases del proyecto, ventas nacionales y exportaciones, cobertura de población objetivo, clientes, consumidores, y proveedores de materias primas e insumos, planes de mitigación ambiental, compensación, ó corrección, y cuantificar su costo de implementación y mantenimiento

Impacto Social
Impacto Ambiental
Manejo de desechos
Limpieza y desinfección diaria

HOJA: RESUMEN EJECUTIVO

PESTAÑA: RESUMEN EJECUTIVO

CONCEPTO DEL NEGOCIO:

Describa en forma concreta los objetivos que se persiguen con la puesta en operación del proyecto, actividades económicas a las que se dedicará, la función social que cumplirá, las necesidades del mercado a satisfacer, mercado objetivo, etc.

POTENCIAL DEL MERCADO EN CIFRAS:

Resuma con cifras el potencial de mercados regionales, nacionales e internacionales que tiene el bien o servicio

VENTAJAS COMPETITIVAS Y PROPUESTA DE VALOR

Ventajas más destacadas (comerciales, técnicas, operacionales, financieras, etc.) del producto ó servicio, que según su criterio le permitirá asegurar el éxito y valores agregados con respecto a lo existente ó la competencia.

RESUMEN DE LAS INVERSIONES

Defina las principales inversiones, aportes de los socios, recursos solicitados al Fondo Emprender

PROYECCIONES DE VENTAS Y RENTABILIDAD

Resuma las cantidades a vender, los precios de venta estimados, por periodo, y la rentabilidad esperada el proyecto, en términos de la tasa interna de retorno.

CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD

Concretamente presente las principales bondades financieras y sustente la

viabilidad comercial (mercados), técnica, ambiental, legal y operativa.

PESTAÑA: EQUIPO DE TRABAJO

EQUIPO DE TRABAJO

Presentación de los datos básicos del proyecto y del grupo de trabajo (Asesores y Emprendedores), que hacen parte del proyecto.

HOJA: ANEXOS

HOJA DE VIDA DE CADA EMPRENDEDOR, DONDE SE DEMUESTRE LA EXPERIENCIA EN EL TEMA

ANEXOS

Documentos relacionados con el plan de negocio

HOJA DE VIDA DE CADA EMPRENDEDOR
(ES IMPORTANTE MOSTRAR LA EXPERIENCIA QUE POSEE EN EL TEMA DEL PLAN DE NEGOCIOS)

NOTA:
ANOTAR A PIE DE PAGINA LA BIBLIOGRAFIA O FUENTE
NUMERAR LOS CUADROS, TABLAS, FIGURAS ECT Y LLAMARLAS EN EL DOCUMENTO.
SI HAY ANEXOS: LLAMARLOS EN EL DOCUMENTO Y ANEXARLOS A ESTA INFORMACION.